

Имидж города Минска: основание для позиционирования: аннотация к дипломной работе / Ермак Дарья Сергеевна; Факультет философии и социальных наук; Кафедра социальной коммуникации; научный руководитель: Купчинова Татьяна Владимировна

Объект исследования дипломной работы – имидж города Минска, предмет исследования – основания для позиционирования города Минска. Цель дипломной работы – определение основания для позиционирования имиджа города Минска. В результате написания дипломной работы был выделен ряд ключевых характеристик города Минска, обусловленных его историческим развитием; разработана структура элементов современного имиджа города Минска; определен имидж города Минска, сложившийся в представлении студенческой молодежи города; предложено основание для позиционирования города Минска для студенческой молодежи города.

Ключевые слова: имидж, имидж города, образ города, структура имиджа города, формирование имиджа города, маркетинг территорий, маркетинг города, стратегическое маркетинговое планирование, целевая группа (аудитория), позиционирование, позиционирование города, основание для позиционирования, стратегия позиционирования.

Image of Minsk: the Basis for Positioning: abstract of the graduate work / Daria Ermak; Faculty of Philosophy and Social Sciences; Department of Social Communication; supervisor: Tatiana V. Kupchinova

The object of the research of the thesis is the image of Minsk, the subject of the research is the basis for the positioning of Minsk. The aim of the thesis is to determine the basis for positioning the image of Minsk. In the process of carrying out the study, and writing this thesis were identified the main characteristics of Minsk formed in the process of its historical development and designed the structure of the elements of the modern image of Minsk; also was defined the image of Minsk in Minsk students representation and suggested the basis for positioning of Minsk for the student audience.

Keywords: image, city image, image structure of the city, forming the image of the city, marketing, place marketing, marketing of the city, strategic marketing planning, target group (audience), the positioning, positioning of the city, a base for positioning, positioning strategy.